POUR UNE [illegible]QUE QUÉBÉCOISE DU CINÉMA ET DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

DOCUMENT DE CONSULTATION

Québec

103-01581/

POUR UNE POLITIQUE QUÉBÉCOISE DU CINÉMA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

DOCUMENT DE CONSULTATION

Conception graphique et mise en page
Bleu Outremer

Édition
Direction des communications

Dépôt légal : 2002
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
© Gouvernement du Québec, 2002
ISBN 2-550-39457-7

En ce nouveau siècle où prédomine l'image, où les œuvres de nos créatrices et créateurs chevronnés et celles de notre relève extrêmement prometteuse nourrissent notre identité culturelle, l'actualisation de la Politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle est devenue une priorité gouvernementale.

On se rappellera qu'en 1983, à la suite des travaux de la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel (Commission Fournier), le gouvernement du Québec avait adopté une Loi sur le cinéma qui intégrait dans un même texte législatif un énoncé général de politique ainsi que la composition, les fonctions et les pouvoirs des organismes chargés de la mettre en œuvre.

Or, près de vingt ans plus tard, les nombreux changements survenus dans le secteur du cinéma et de la production audiovisuelle font en sorte qu'il est nécessaire de procéder à une relecture des orientations et des objectifs de la Politique, de même que des programmes et mesures qui la soutiennent.

C'est dans cette perspective que j'ai demandé au ministère de la Culture et des Communications d'organiser une consultation publique sur les principes et les moyens d'action à inscrire dans cette nouvelle Politique du cinéma et de la production audiovisuelle. J'ai le plaisir de vous présenter ce document synthèse qui guidera la consultation publique. Vous y trouverez tout d'abord un énoncé sur les visées culturelles, les grands enjeux et les principes généraux que devrait promouvoir la nouvelle Politique. Les pages suivantes présentent treize objectifs accompagnés de constats et de questions spécifiques qui alimenteront votre réflexion.

Je vous invite donc à lire avec attention *Pour une Politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle : document de consultation,* qui jettera les bases d'un énoncé renouvelé de la Politique.

La ministre d'État à la Culture
et aux Communications,

DIANE LEMIEUX

TABLE DES MATIÈRES

1. UNE POLITIQUE DONT LES VISÉES SONT D'ABORD CULTURELLES **7**

Des œuvres qui façonnent l'identité culturelle québécoise 7

- La puissance d'attraction du cinéma et de l'audiovisuel québécois 8

2. UNE ÉVOLUTION RAPIDE DEPUIS VINGT ANS **11**

La Loi sur le cinéma 11

Les ententes québécoises avec les distributeurs américains 12

Le contexte international 13

3. LES GRANDS ENJEUX **15**

La place des œuvres québécoises face à la concurrence 16

- Une cinématographie de langue française « à petit budget » 16
- Une cinématographie qui circule peu 16
- Le développement accéléré de la production télévisuelle privée 17
- Une situation par ailleurs fragile 17
- Des œuvres qui ont de la difficulté à s'exporter 18

La diversité de l'offre cinématographique 19

- Moins de titres de longs métrages sur nos écrans 19
- Des longs métrages de provenances moins diversifiées qu'autrefois 20

L'offre et la production dans les différentes régions du Québec 20

- Un accès inégal au cinéma 20
- Une production essentiellement montréalaise 21
- L'émergence d'une relève et l'enracinement des professionnels en région 22

L'avènement des nouvelles technologies 22

- Des contenus numériques qui établissent de nouveaux standards 22
- Des contenus numériques qui font émerger de nouveaux langages 23
- Le renouvellement des équipements : une période de transition et d'adaptation 24

4. LES LEVIERS DE L'ÉTAT QUÉBÉCOIS **25**

5. L'OBJET ET LES PRINCIPES GÉNÉRAUX DE LA POLITIQUE **27**

L'objet 27

Les principes généraux 27

- Une politique centrée sur la promotion de l'identité culturelle québécoise 27
- Une politique qui défend l'importance de la création 27
- Une politique qui place le public au cœur de ses préoccupations 28
- Une politique qui encourage la consolidation et le rayonnement de l'industrie 28

Priorité 1 : Le soutien à la création, à la production et au rayonnement des œuvres 29

OBJECTIF 1
Favoriser la qualité des productions cinématographiques et audiovisuelles en misant davantage sur la scénarisation, la recherche et la création 29

OBJECTIF 2
Faciliter la production de longs métrages en langue française 30

OBJECTIF 3
Cibler l'intervention du Québec pour favoriser des créneaux stratégiques de la production 32

OBJECTIF 4
Donner un nouveau souffle à la production régionale 33

OBJECTIF 5
Accroître la promotion, le rayonnement et l'exportation des œuvres québécoises 34

Priorité 2 : La démocratisation de l'accès aux œuvres 35

OBJECTIF 6
Développer l'éducation et la sensibilisation des publics 35

OBJECTIF 7
Favoriser l'accès du public québécois à un cinéma et à des émissions de télévision diversifiés 36

OBJECTIF 8
Transmettre le patrimoine cinématographique et audiovisuel québécois aux générations futures 37

Priorité 3 : La consolidation de l'industrie québécoise 39

OBJECTIF 9
Améliorer la formation des travailleurs de l'industrie 39

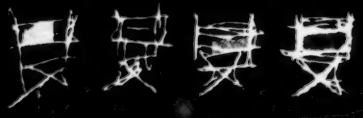
OBJECTIF 10
Encourager l'utilisation des nouvelles technologies de production 41

OBJECTIF 11
Favoriser le développement économique et la structuration de l'industrie 42

Les leviers de la politique 45

OBJECTIF 12
Moderniser le cadre des interventions gouvernementales 45

OBJECTIF 13
Assurer la connaissance et le suivi de l'évolution du secteur du cinéma et de la production audiovisuelle 46



1 UNE POLITIQUE DONT LES VISÉES SONT D'ABORD CULTURELLES

En juin 1896, six mois à peine après la première projection publique des frères Lumière à Paris, les « vues animées » arrivent au Québec. Dix ans plus tard, à peu près en même temps que les grandes villes européennes et américaines, Montréal inaugure sa première salle de cinéma. Si l'infrastructure de diffusion s'étend dès lors rapidement, il faudra toutefois plus de 60 ans pour qu'une industrie québécoise de la production et de la distribution se constitue. Centrée sur le cinéma jusqu'aux années 1980, cette industrie se tournera également vers la télévision, dans la foulée de l'explosion du nombre de chaînes et alors que les gouvernements incitaient les télédiffuseurs à confier la production de leurs émissions à des producteurs privés.

Depuis deux décennies, le volume de la production – que celle-ci soit destinée au marché national, à l'exportation ou encore le fait de tournages étrangers – a connu une croissance substantielle[1] . Cette dernière a favorisé la mise en place d'installations et d'équipements de grande qualité, susceptibles de répondre à des besoins variés. Désormais, le cinéma et l'audiovisuel sont considérés comme un secteur dont l'apport à l'économie québécoise est essentiel. Cependant, si les impératifs économiques conservent toute leur importance, c'est bien davantage la nécessité culturelle qui commande d'actualiser la politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle.

Des œuvres qui façonnent l'identité culturelle québécoise

Le cinéma, dès ses débuts, et la télévision, à partir de 1952, n'ont jamais cessé de façonner l'imaginaire et l'identité des Québécois. Au départ, les images sont venues d'ailleurs puisque le premier long métrage de fiction québécois, *Madeleine de Verchères*, n'a été réalisé qu'en 1922. L'histoire du cinéma québécois s'est construite à partir des œuvres de pionniers qui, tels Albert Tessier pour le documentaire ou Norman McLaren pour le film d'animation, ont posé les jalons d'un art désormais centenaire. À partir des années 1960 et 1970, une véritable cinématographie québécoise émergera et se consolidera, léguant des œuvres nationales qui font désormais figure de classiques.

1. En 2000-2001, la valeur totale de la production était évaluée à plus de 1,3 milliard de dollars et générait quelque 36 400 emplois à temps plein. Source : Association des producteurs de films et de télévision du Québec. *Profil 2002*, Montréal, février 2002.

De nombreux cinéastes québécois ont ainsi fait école. On peut mentionner les lauréats du prestigieux prix Albert-Tessier, parmi lesquels se retrouvent notamment Claude Jutra, Pierre Perrault, Michel Brault, Anne Claire Poirier, Denys Arcand, Frédéric Back, Gilles Carle, Jean-Claude Labrecque, Jean Pierre Lefebvre, Arthur Lamothe et Gilles Groulx. Mais cette liste pourrait être beaucoup plus longue puisque la dernière édition du *Dictionnaire du cinéma québécois*[2] sélectionne 400 titres de films documentaires, de fiction, d'animation et expérimentaux, qui ont marqué la culture québécoise.

La puissance d'attraction du cinéma et de l'audiovisuel québécois

En 1951, un premier film québécois connaîtra ici un immense succès en salle : ce sera *La petite Aurore l'enfant martyre*, succès emblématique des débuts du cinéma québécois. D'autres suivront. Au point où, de 1985 à 2001, par exemple, onze des dix-sept films canadiens ayant récolté la meilleure recette annuelle grâce aux entrées dans les salles du Canada étaient des films québécois[3], dont la version originale était française dans dix cas sur onze. Et ce, malgré le fait qu'un film canadien tourné en anglais jouit d'un marché, au Canada, trois fois plus important qu'un film québécois tourné en français. Le Québec se démarque ainsi très nettement.

Le même phénomène se produit, avec plus de force encore, du côté de la télévision. Après 50 ans de fréquentation du petit écran, les francophones du Québec continuent, en effet, à se distinguer des Canadiens anglais par une « consommation » plus importante de télévision et, surtout, par une indéfectible fidélité aux chaînes et aux émissions locales. Depuis la diffusion des premiers épisodes de *La famille Plouffe*, en novembre 1953, jusqu'aux séries plus récentes que sont *Omerta* et *Fortier*, depuis *Pépinot et Capucine* ou *Bobino* pour les enfants jusqu'à *Passe-Partout* et *Cornemuse*, cette remarquable performance se répète, année après année. Elle constitue un modèle qui suscite l'envie de nombreuses sociétés, particulièrement chez les voisins immédiats du Canada.

2. Michel Coulombe et Marcel Jean. *Le Dictionnaire du cinema quebecois*, Montreal, Boreal, 1999.
3. Ce sont : *Nuit de noces* (2001), *The Art of War* (2000), *Les Boys II* (1999), *Les Boys* (1998), *Louis 19, le roi des ondes* (1994), *La Florida* (1993), *Ding et Dong, le film* (1991), *Jesus de Montreal* (1990), *La grenouille et la baleine* (1989), *Le déclin de l'empire américain* (1987) et *La guerre des tuques* (1985). Source : Académie canadienne du cinéma et de la télévision.

Dans le domaine des arts médiatiques, ainsi nommés parce que ses artistes appuient leur expression sur le cinéma, la vidéo et les nouveaux médias, un milieu artistique de création s'est organisé et développé au Québec à partir des années 1970. Sa production est, aujourd'hui encore, celle d'une communauté de créateurs dont plusieurs sont regroupés au sein de coopératives, de centres d'artistes et d'organismes à but non lucratif. En faisant valoir l'importance de conserver le contrôle créatif ou éditorial complet de la fabrication de leurs œuvres, ils cumulent souvent les tâches d'idéateur, de scénariste, de réalisateur et même de producteur. Des œuvres fortes, portées par les artistes aguerris que sont Luc Courchesne, Lucie Lambert, Luc Bourdon, Chantal DuPont, Nelson Henricks ou Alain Pelletier, par exemple, témoignent de la vitalité de ce secteur.

De fait, le Québec peut aujourd'hui compter sur des créateurs chevronnés et reconnus, aux pratiques diversifiées, ainsi que sur une relève extrêmement prometteuse. Aussi, dans une ère où prédomine l'image, les nombreuses œuvres de tous ces créateurs sont parmi celles qui nourrissent le plus tangiblement l'identité culturelle.

2 UNE ÉVOLUTION RAPIDE DEPUIS VINGT ANS

La Loi sur le cinéma

En 1983, à la suite des travaux de la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel (commission Fournier), le gouvernement du Québec adoptait la Loi sur le cinéma, laquelle définissait les bases de la politique et désignait les organismes chargés de mettre en œuvre cette politique. Aujourd'hui encore, les objectifs que devait poursuivre la politique du cinéma sont inscrits à l'article 4 de la loi :

« 4. La politique du cinéma, tout en respectant la liberté de création et d'expression ainsi que la liberté de choix du public, doit donner la priorité aux objectifs suivants :

1° l'implantation et le développement de l'infrastructure artistique industrielle et commerciale du cinéma;
2° le développement du cinéma québécois et la diffusion des œuvres et de la culture cinématographique dans toutes les régions du Québec;
3° l'implantation et le développement d'entreprises québécoises indépendantes et financièrement autonomes dans le domaine du cinéma;
4° la conservation et la mise en valeur du patrimoine cinématographique;
5° le respect des droits relatifs à la propriété intellectuelle sur les films et l'établissement de mécanismes de surveillance de la production, de l'exploitation et de la circulation de ces œuvres;
6° la participation des entreprises de télévision à la production et à la diffusion de films québécois. »

Des progrès ont été réalisés, quant à l'atteinte des objectifs 1 et 3 se référant à l'implantation de l'infrastructure et d'entreprises indépendantes, si l'on se fie à la croissance indéniable, depuis vingt ans, du nombre de firmes et de travailleurs œuvrant dans le secteur. La diffusion et la conservation (objectifs 2 et 4) ont pu connaître des aléas, mais elles ont continué à se bonifier. Des mécanismes de surveillance de la distribution et de l'exploitation (objectif 5) ont été établis, par l'entremise de la Régie du cinéma. Enfin, les entreprises de télévision sont désormais des partenaires parmi les plus influents de la production et de la diffusion des longs métrages québécois (objectif 6).

Bref, des mesures ont été prises et des moyens mis en œuvre, qui ont donné des résultats. Jamais modifiés depuis 1983, les objectifs de la politique du cinéma, tels qu'inscrits dans la loi, demeurent toujours pertinents. Mais, dix-neuf ans plus tard, une révision s'impose pour prendre en considération l'évolution notable du paysage audiovisuel québécois et mondial, notamment en ce qui a trait au développement accéléré des nouvelles technologies et à l'accroissement significatif du commerce international des produits audiovisuels.

Les ententes québécoises avec les distributeurs américains

Rapidement, les grands studios américains se sont opposés à certaines des dispositions initiales de la Loi sur le cinéma. Ces contestations ont conduit le gouvernement québécois à négocier avec eux une entente qui balise la distribution de films au Québec par les membres de la Motion Picture Association (MPA). L'entente a été signée en 1986 par la ministre des Affaires culturelles, M^me^ Lise Bacon, et le président de la MPA, M. Jack Valenti.

Après trois renouvellements, dont le plus récent date du 1^er^ février 2002, ce sont désormais deux ententes qui régissent les conditions selon lesquelles les grands studios peuvent distribuer des films au Québec : l'une portant sur les films pour présentation en public, et l'autre, sur le matériel vidéo pour usage domestique.

L'objectif recherché par le gouvernement du Québec a été et demeure de permettre aux distributeurs nationaux d'avoir un meilleur accès aux films en provenance de toutes les parties du monde. Ceux-ci sont détenteurs d'un permis général de distribution, alors que les membres de la MPA doivent obtenir, à certaines conditions[4], un permis spécial pour chaque film qu'ils distribuent. De plus, tant pour la présentation en public que pour la vidéo domestique, la distribution de films dont la langue originale est le français est réservée aux détenteurs d'un permis général.

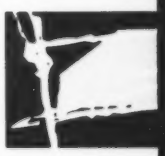
4. Afin d'obtenir un permis special de distribution pour presentation en public d'un film tourne en anglais, les membres de la MPA doivent se qualifier à titre de producteur de l'œuvre au sens de l'entente, soit en ayant investi ou en s'attendant à investir 50 % des coûts de production ou 15 M$, soit en etant les detenteurs des droits mondiaux de distribution tels que definis par l'entente. Pour les films dont la langue originale n'est ni l'anglais ni le français, les membres de la MPA ne peuvent distribuer que ceux pour lesquels ils ont soit investi 100 % des coûts de production, soit obtenu une autorisation speciale de la Ministre. Dans le cas du materiel vidéo pour usage domestique dont l'anglais est la langue originale, les membres peuvent distribuer au Quebec les films dont ils detiennent les droits pour les Etats-Unis et le Canada avec, le cas echeant, l'accord du distributeur quebecois si celui-ci detient les droits de presentation en public de ce film pour le Québec.

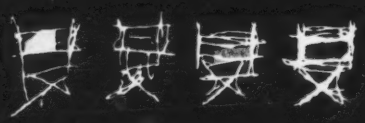
Le contexte international

D'importants enjeux internationaux ont surgi avec les mouvements concomitants et interdépendants de convergence et de mondialisation. D'une part, la force du modèle hollywoodien dans la sphère culturelle a fait apparaître des problématiques qui s'accentuent, où la rentabilité économique tend de plus en plus à primer les dimensions culturelles. D'autre part, la libéralisation des marchés et l'intégration économique mondiale voudraient que la logique appliquée à toutes les industries le soit aussi aux industries culturelles: celle du retrait de l'État et de ses politiques de soutien visant à promouvoir la culture.

Le Québec a très tôt réagi en refusant de prendre des engagements de libéralisation en matière de culture et en inscrivant toutes les réserves nécessaires, dans le contexte des grandes négociations multilatérales d'accords de commerce, pour éviter que les règles de ces accords s'appliquent à la culture. Il a ainsi adhéré au rang des États et des gouvernements qui favorisent l'« exception culturelle ».

Par ce geste, le Québec reconnaît pleinement la nécessité d'établir des politiques culturelles, comme viennent de le faire, en matière de cinéma et d'audiovisuel, l'Allemagne en 1999, le Royaume-Uni en 2000 ou l'Australie, la Suisse et l'Espagne en 2001.





3 LES GRANDS ENJEUX[5]

Après un siècle de cinéma et bientôt un demi-siècle de télévision, les francophones du Québec continuent à se distinguer à maints égards. Leur intérêt pour le cinéma est parmi les plus élevés au monde, tout comme leur écoute de la télévision. Plus familiers que d'autres Nord-Américains avec les cinématographies étrangères, les Québécois manifestent une ouverture envers les œuvres venues d'ailleurs.

En outre, malgré des moyens financiers restreints, le Québec parvient à maintenir une production importante et variée dont la qualité est souvent soulignée par des instances internationales: aujourd'hui, on ne s'étonne plus de voir des films québécois en nomination à Hollywood pour un Oscar ou recevoir des prix aux festivals de Cannes[6], Berlin, Venise, Toronto, Namur, Nyon, Clermont-Ferrand, etc. Les compétences québécoises en matière d'« images » débordent même du strict champ de l'audiovisuel alors que le succès des logiciels d'effets spéciaux conçus au Québec est notoire et que, sur l'échiquier international du multimédia, l'expertise montréalaise est largement reconnue.

Le maintien de ce savoir-faire suppose que soient relevés d'immenses défis. Au cours des dernières années, on a en effet assisté à de nombreux bouleversements susceptibles de fragiliser l'industrie et la création québécoises. Ceux-ci touchent le long métrage au premier chef, même si d'autres genres et d'autres formats sont aussi concernés. Plus particulièrement, la politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle précisera quatre enjeux majeurs:

- la place des œuvres québécoises face à la concurrence;
- la diversité de l'offre cinématographique;
- l'offre et la production dans les différentes régions du Québec;
- l'avènement des nouvelles technologies.

---

5. Sauf indication contraire, les données qui alimentent cette section proviennent de: Michel Houle (sous la direction de). *Etat de situation sur le cinéma et la production audiovisuelle au Quebec*, 2002
6. De 1955 à 2001, 126 films du Québec ont été sélectionnés par le Festival de Cannes

La place des œuvres québécoises face à la concurrence

Le cinéma et la télévision traversent rapidement les frontières et, de ce fait, doivent se confronter à la plus importante industrie culturelle du monde, celle des États-Unis. Le président de la Motion Picture Association affirmait, l'an dernier, que les films issus des grands studios américains disposaient, en 2000, d'un budget moyen de production de 55 M$ US, et d'un budget moyen de promotion de 27,3 M$ US[7]. Ces chiffres, à eux seuls, illustrent l'ampleur inégalée des moyens américains et la force de frappe que représente l'industrie américaine. Face à elle, les œuvres concurrentes n'ont d'autre choix que de se surpasser sur le plan de la qualité, de la diversité et de l'originalité. On estime, en effet, que le budget moyen d'un long métrage, d'où qu'il provienne, se situe aujourd'hui aux alentours de 5 à 6 M$ CA, donc très loin de la moyenne américaine.

Une cinématographie de langue française « à petit budget »

Depuis 1991, le Québec produit annuellement en moyenne 25 longs métrages de fiction destinés aux salles, dont 14, toujours en moyenne, sont tournés en langue française. Au cours de la décennie, le volume de titres a fluctué, mais les devis de production, par contre, ont diminué constamment.

Un examen des budgets unitaires des longs métrages de langue française, entièrement québécois et soutenus par le crédit d'impôt remboursable, indique un budget moyen d'environ 2 M$ depuis dix ans et, plus inquiétant encore, une baisse de 5 % de ce budget moyen. Les films québécois tournés en langue anglaise durant la même période s'en sortent mieux en obtenant des budgets plus importants (en moyenne 4,4 M$) et qui continuent de croître.

Les longs métrages québécois de langue française sont ainsi, le plus souvent, des films « à petit budget », ce qui n'est pas sans entraîner son lot de difficultés. D'autant plus que, si le budget de production, lequel concentre l'essentiel des efforts financiers, est limité, les sommes qui serviront aux autres étapes fondamentales de la « carrière » d'un film – développement, promotion, distribution – le sont encore davantage.

Une cinématographie qui circule peu

Quelques films réalisés au Québec – généralement des comédies – réussissent parfois à se hisser au palmarès des 50 best-sellers du cinéma sur le marché québécois, toutes origines confondues[8]. Mais les francs succès demeurent l'exception et, bien qu'on ne puisse généraliser, il faut bien constater que l'intérêt des Québécois pour leur propre cinématographie est souvent trop faible. Le problème du cinéma québécois, quand il s'agit de trouver son public, ne serait pourtant pas un problème de qualité, celle-ci étant régulièrement et même abondamment reconnue sur la scène internationale[9].

---

7. Jack Valenti (président de la Motion Picture Association). ShowWest Congress, Las Vegas, 7 mars 2001.
8. Du 1er janvier 1998 au 31 décembre 2000, on retrouve : *Les Boys*, *Les Boys II*, *Elvis Gratton II*, *Miracle à Memphis*, *La vie après l'amour* et *C't'à ton tour Laura Cadieux*. Source : Observatoire de la culture et des communications. *Statistiques sur l'industrie du film, édition 2001*, Québec, 2001, p. 63.
9. De 1997 à 2001, par exemple, 20 films québécois recevaient 32 prix à l'échelle mondiale. Source : Telefilm Canada, compilation spéciale.

Le problème tiendrait davantage au fait que, même lorsqu'ils reviennent de festivals étrangers couverts de prix, les longs métrages québécois, à quelques exceptions près, ne tiendront l'affiche au Québec que quelques semaines, quand ce n'est pas quelques jours. On comprendra que le millier ou moins de projections, dans tout le Québec, de *La moitié gauche du frigo* de Philippe Falardeau, de *La femme qui boit* de Bernard Émond ou d'*Un 32 août sur terre* de Denis Villeneuve ne puissent guère faire le poids avec les films étrangers qui peuvent occuper simultanément jusqu'au quart des écrans québécois, durant plusieurs semaines.

La faible circulation des films québécois tient à la fois au petit nombre de copies qui en sont faites, à la difficulté qu'ont les distributeurs à les faire inscrire à l'affiche, aux hésitations des exploitants de salles aux prises avec des coûts fixes substantiels et aux habitudes des clientèles devant des films moins commerciaux ou ne bénéficiant pas de moyens promotionnels aussi grands que les films de Hollywood. De ce fait, beaucoup de Québécois n'ont l'occasion de voir les films des cinéastes québécois que lorsqu'ils sont disponibles sur vidéocassettes ou présentés à la télévision.

Pour leur part, les œuvres de courte et de moyenne durée, lesquelles constituent l'un des plus prometteurs gisements de création audiovisuelle et cinématographique, doivent affronter de nombreux obstacles pour atteindre le public. Dépendants d'un réseau parallèle de diffusion, les courts et moyens métrages connaissent, ici comme partout dans le monde, de réelles difficultés à trouver des débouchés en salle ou sur les réseaux télévisuels.

Le développement accéléré de la production télévisuelle privée

Au début des années 1980, les entreprises québécoises de production privée, si on exclut leurs revenus provenant de la publicité et du film institutionnel, tiraient 85 % de leur chiffre d'affaires de la production cinématographique et 15 %, de productions destinées à la télévision. Le paysage télévisuel de langue française du Québec se limitait alors à trois chaînes généralistes qui étaient à la fois les producteurs et les diffuseurs de leur programmation.

Vingt ans plus tard, il existe une chaîne généraliste de plus et, désormais, quantité de chaînes spécialisées, payantes et à la carte. Tous ces services s'alimentent d'acquisitions étrangères, mais aussi de contenus originaux, lesquels sont généralement le fait des producteurs québécois. Conséquemment, le chiffre d'affaires des entreprises québécoises provenait, en 2000, très majoritairement (73 %) de la production destinée à la télévision et beaucoup moins de la production cinématographique (27 %).

Une situation par ailleurs fragile

Le volume de production télévisuelle a donc fortement augmenté[10] à la suite de l'énorme demande générée par la multiplication des chaînes. Mais la fragmentation des auditoires a aussi créé des pressions à la baisse sur les devis des émissions ainsi produites.

10. De 1992 à 2000, 15 400 heures d'émissions ont été produites par les producteurs du Québec, dont près de 90 % en langue française.

Plusieurs phénomènes en témoignent déjà. Les revenus publicitaires des diffuseurs ont commencé à plafonner. Les fonds publics et privés disponibles pour financer la production se sont accrus, mais beaucoup moins que les besoins. La durée des saisons de production originale des télévisions raccourcit et la saison estivale comporte de moins en moins de productions inédites. Les rediffusions sont donc de plus en plus nombreuses.

La télévision québécoise a toujours réussi à produire un grand volume d'émissions avec des moyens moindres que ceux de la télévision canadienne-anglaise. Aujourd'hui, cependant, elle remplit davantage ses grilles avec des émissions de jeux et des magazines, moins coûteux à produire, et elle peut plus rarement offrir des miniséries de fiction à un million de dollars l'épisode. Plus que jamais confrontée à l'étroitesse de son marché et à la concurrence, la télévision québécoise se retrouve dans une position fragile où les succès qui ont jalonné son histoire paraissent plus difficiles à répéter. Produire des émissions de qualité, mais dont la rentabilité n'est pas systématiquement garantie – émissions pour enfants, documentaires d'auteur[11] et courts métrages, notamment – est, en particulier, devenu beaucoup plus problématique.

Des œuvres qui ont de la difficulté à s'exporter

En dépit de la reconnaissance qu'elle a su mériter grâce à ses succès dans les festivals internationaux, la cinématographie québécoise demeure confrontée à un défi imposant : celui de mieux s'exporter pour élargir un marché national dont la taille est limitée. En cela, les obstacles à surmonter ne sont pas différents de ceux auxquels font face les autres cinématographies d'importance semblable qui, à l'instar du Québec, n'ont pas l'anglais comme langue d'expression.

Un examen des rapports des producteurs de 148 longs métrages québécois financés par la SODEC de 1989 à 1999 laisse voir que les revenus bruts totaux de distribution-exportation de ces films se répartissaient ainsi : 25 % provenaient des marchés étrangers et 75 % des marchés domestiques. Toutefois, une analyse plus fine de ces mêmes rapports montre l'ampleur du fossé qui sépare les productions francophones des productions anglophones : les productions réalisées en version originale anglaise avaient tiré 62 % de leurs revenus des marchés étrangers, tandis que les productions en version originale française n'avaient réussi à aller chercher que 17 % de leurs revenus à l'extérieur du Québec (ou même du Canada).

En ce qui concerne tant le cinéma que la télévision, la coproduction représente actuellement la principale source de financement étranger pour les productions de langue française, alors que les productions de langue anglaise peuvent compter sur une part plus importante de leur financement étranger grâce aux préventes aux télévisions et aux avances d'exportateurs canadiens ou de distributeurs.

---

11. Le documentaire d'auteur est un court, moyen ou long métrage qui s'appuie sur des constructions narratives et cinématographiques et un traitement du sujet originaux, empreints de la vision personnelle du réalisateur. Ce dernier est d'ailleurs généralement à l'origine du projet et il en dirige le contenu éditorial et créatif à toutes les étapes.

L'animation et le documentaire se taillent la part du lion des exportations québécoises, surtout destinées aux marchés européens et, dans une moindre mesure, nord-américains. Par ailleurs, le Québec a récemment connu quelques beaux succès dans la vente de scénarios ou de concepts et formats à des producteurs étrangers, un secteur en croissance à l'échelle internationale.

La diversité de l'offre cinématographique

Le cinéma est, de très loin, la sortie culturelle la plus prisée par les Québécois. Après un creux de vague durant les années 1980, la fréquentation des salles a doublé au Québec, atteignant presque 28 millions d'entrées en 2001.

Il faut dire que les occasions de voir du cinéma se multiplient. Dans la foulée de la construction de vastes complexes multisalles, le nombre d'écrans, de fauteuils et de projections s'est accru. En outre, si les Québécois voient plus de cinéma dans les salles, ils en visionnent également davantage à la maison, par le truchement du petit écran, grâce au magnétoscope[12] et à travers la programmation des chaînes québécoises de télévision. Mais le cinéma est aussi, désormais, disponible sur support DVD (Digital Video Disc) et commence à l'être sur Internet et bientôt par la vidéo sur demande.

Pourtant, malgré une abondance apparente, l'offre cinématographique est de moins en moins diversifiée au Québec.

Moins de titres de longs métrages sur nos écrans

Au cours des années 1970, le public avait la possibilité d'aller voir, en moyenne, 530 longs métrages différents par an, dans les salles québécoises. Les décennies suivantes ont vu le nombre annuel moyen de films offerts tomber à 430 durant les années 1980, puis à 330 pendant les années 1990. Les Québécois sont donc plus nombreux à aller au cinéma et ils y vont plus souvent; par contre, l'éventail de longs métrages qui leur est offert rétrécit. À titre de comparaison, on peut souligner que, durant les années 1980, les Français avaient accès, en moyenne, à 480 films, et puis à 435 durant les années 1990, soit 100 longs métrages de plus par année que les Québécois, dans leurs salles de cinéma[13].

À la télévision québécoise aussi, le nombre de films et de téléfilms différents qui sont diffusés diminue, et ce, malgré l'arrivée de Super Écran, une chaîne payante spécialisée en cinéma, et l'ajout, en 2000, de quatre nouvelles chaînes de télévision dont la programmation inclut du cinéma. De 1996 à 2000, le nombre de films et de téléfilms présentés par nos télévisions est en effet passé de 4 005 à 3 670, une baisse de 8 % en cinq ans.

12. En 1999, 58,9 % des Québécois âgés de plus de 15 ans disaient avoir loué, en moyenne, 6,9 vidéocassettes chacun au cours du mois qui avait précédé le sondage.
13. Centre national de la cinématographie. CNC Info Bilan 2000, n° 280, mai 2001.

Des longs métrages de provenances moins diversifiées qu'autrefois

Moins de titres de films sont présentés sur nos écrans, mais aussi une moins grande variété de films d'autres nationalités, même si ceux-ci continuent d'être mieux diffusés au Québec qu'au Canada anglais.

Les données statistiques indiquent, en effet, que le menu cinématographique offert aux Québécois dans les salles commerciales est aujourd'hui beaucoup moins diversifié qu'il y a vingt ans: la part des films en provenance des États-Unis, qui était de 44 % des titres présentés à la fin des années 1970, atteint 57 % vingt ans plus tard[14]. Le cinéma italien a connu la baisse la plus importante de son poids relatif sur nos écrans. Mais on constate que le cinéma français perd également du terrain depuis le début des années 1990, et que le nombre de films étrangers en provenance de pays autres que les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne et l'Italie est aussi en diminution constante. Il peut évidemment suffire d'un seul succès, tel celui d'*Amélie Poulain*, pour créer des fluctuations, mais la tendance de fond demeure.

Le phénomène n'est pas propre au Québec. Toutefois, en raison de la proximité géographique des États-Unis qui incluent le Canada et le Québec dans leurs stratégies nationales de distribution, il y est plus accentué qu'en France, par exemple, où la proportion de titres américains présentés sur les écrans est sensiblement moins importante qu'au Québec. Indice du succès de ces stratégies: sur les 50 best-sellers du cinéma au Québec de 1998 à 2000, on retrouve 43 films américains.

L'offre et la production dans les différentes régions du Québec

La démocratisation de la culture passe par l'accessibilité des œuvres, leur diffusion et leur rayonnement ainsi que par le contact avec et entre les créateurs qui, là où ils vivent, devraient pouvoir trouver un milieu stimulant pour la pratique de leur métier. Or, en matière de cinéma et d'audiovisuel, le public et les créateurs québécois ne bénéficient pas des mêmes avantages selon qu'ils habitent à l'extérieur ou près des grands centres.

Un accès inégal au cinéma

Moins bien nanti en fait de salles, le public qui vit à l'extérieur des grands centres urbains se voit offrir un menu cinématographique essentiellement composé des succès commerciaux de l'heure. Le problème de l'accès à une offre cinématographique diversifiée, déjà perceptible à Montréal ou à Québec, est ainsi nettement plus accentué dans les autres régions. Dans la foulée de la concentration des salles en milieu urbain, il s'est amplifié avec la disparition progressive de petites salles en région, qui n'ont pas été remplacées.

---

14. A la television quebecoise, les longs metrages et telefilms americains representent, bon an, mal an, environ 60 % de l'ensemble des films presentes depuis une dizaine d'annees. Sur le marche de la video domestique, le nombre d'attestations delivrees par la Regie du cinema pour les videocassettes en provenance des Etats-Unis est passe de 3,3 millions en 1992 (sur un total de 3,9 millions d'attestations) a 11,4 millions en 2001 (sur un total de pres de 15 millions d'attestations).

Certes, quelques salles parallèles jouent un rôle non négligeable dans la diffusion du cinéma québécois et étranger dans les différentes régions du Québec. De même, des festivals sont organisés, notamment à Baie-Comeau et à Sept-Îles, à Sherbrooke, à Rimouski, à Rouyn-Noranda, à Saguenay et à Gatineau. Pour de nombreux cinéphiles, ces festivals représentent souvent le moment fort de l'année, sinon la seule occasion d'accéder, sur grand écran, à des œuvres dont le genre et l'origine diffèrent de la programmation habituelle.

La télévision peut, mais dans une moindre mesure, pallier les lacunes de la distribution en salle. On note, par exemple, que les taux d'abonnement à Super Écran sont beaucoup plus élevés dans les petites localités, qui sont aussi celles où il existe moins (ou pas) de salles de cinéma, que dans les plus grandes agglomérations.

Une production essentiellement montréalaise

L'essentiel des infrastructures techniques et des clients (diffuseurs généralistes, spécialisés, distributeurs) est concentré sur le territoire de Montréal. On comprend alors l'attrait incontournable que peut représenter la métropole pour les artisans du secteur. Surtout que d'importantes dépenses additionnelles surviennent lorsque les producteurs choisissent de tourner ailleurs qu'à Montréal; en effet, produire en région pose des problèmes d'éloignement géographique et de coûts élevés, notamment pour le transport. Il faut souligner, cependant, que la bonification régionale du crédit d'impôt remboursable, instituée en 1999, ainsi que les ajustements qui y ont été apportés depuis visent à compenser ces coûts additionnels.

Plusieurs facteurs expliquent que la production cinématographique et télévisuelle québécoise se concentre à Montréal, dont, dans le cas de la télévision, le fait que les exigences du CRTC à l'égard de la production régionale des télédiffuseurs se sont étiolées au fil des ans. Ainsi, bien que les grands réseaux québécois de télévision soient dotés d'antennes régionales, leur production non montréalaise a essentiellement trait aux bulletins de nouvelles et aux émissions d'affaires publiques locales; or la couverture régionale de l'actualité, essentielle il va sans dire, a peu à voir avec une véritable production régionale. Télé-Québec, par contre, tout en ayant situé son principal centre de production à Montréal, est présente dans neuf régions québécoises[15]; c'est son bureau de Québec qui jouit des plus importantes ressources, compte tenu de sa couverture des affaires publiques dans la Capitale nationale.

La production québécoise se fait donc d'abord et surtout à Montréal: depuis le début des années 1990, moins de 10 % de la production cinématographique et audiovisuelle admissible au crédit d'impôt remboursable provient de l'extérieur de la région montréalaise. Cette situation n'est par ailleurs pas exclusivement québécoise puisqu'elle se manifeste aussi dans d'autres métropoles. Il n'en demeure pas moins que plusieurs régions ont réussi à développer des expertises et présentent un potentiel intéressant. Là où existe ce potentiel, l'enjeu n'est pas tant le financement, puisque celui-ci est disponible, que le déclenchement de projets et le « réseautage » ou le rapprochement des professionnels de la production.

15. Carleton, Gatineau, Saguenay, Québec, Rimouski, Sept-Îles, Sherbrooke, Trois-Rivières, Val-d'Or.

L'émergence d'une relève et l'enracinement des professionnels en région

Le renouvellement et le développement du cinéma, de la vidéo et des nouveaux médias dans les différentes régions du Québec constituent aussi des enjeux majeurs sur le plan de la création. La quasi-absence d'équipements de production ainsi que l'éloignement, voire l'absence, de lieux de formation spécialisée compromettent, en effet, l'émergence d'une relève et l'enracinement professionnel.

Alors que les artisans, concepteurs et réalisateurs chevronnés sont obligés de s'établir dans les grands centres pour parfaire leur formation et trouver des lieux propices à l'exercice de leur métier, de jeunes réalisateurs et concepteurs doivent redoubler de passion et d'ingéniosité lorsqu'ils vivent loin des centres urbains. Sans chercher à inscrire de lourdes infrastructures de production en région, il serait important d'assurer, aux artistes qui vivent hors des grands centres, un meilleur accès aux équipements de création, notamment aux outils de production numériques, tout en valorisant et en renforçant les activités d'échange et de mise en réseau.

L'avènement des nouvelles technologies

Beaucoup plus que d'autres disciplines culturelles, le cinéma et la télévision requièrent un équipement sophistiqué qui les rend tributaires de nombreux changements technologiques. Le rythme de ces changements s'accélère, mais leurs effets ne sont pas encore tous connus. On sait déjà toutefois qu'ils sont exigeants en matière de formation et de perfectionnement pour la main-d'œuvre et en ce qui concerne les investissements pour les entreprises. À moyen et à long terme, plusieurs parlent de profondes transformations qui toucheront l'ensemble de la chaîne, de la création à la diffusion.

Des contenus numériques qui établissent de nouveaux standards

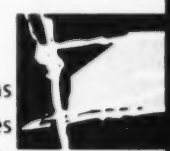
La numérisation de l'ensemble de la chaîne de production et de diffusion implique une transformation qui va bien au-delà de la seule nécessité de remplacer les équipements. Le changement constitue en effet un bond qualitatif aussi important que celui qu'a connu l'écriture, lorsque la machine à écrire a été délaissée au profit des logiciels de traitement de texte, ou la musique depuis qu'elle utilise des procédés numériques. Toutes ces mutations marquent l'impossible retour à l'usage de la technologie antérieure, bien que l'ancienne et la nouvelle puissent demeurer longtemps concomitantes. Mais, surtout, elles imposent de nouveaux standards qui modifient nos rapports aux œuvres.

Que ce soit dans un but de création ou de captation, l'arrivée de logiciels plus accessibles, moins coûteux et d'utilisation plus conviviale facilite l'appropriation des œuvres en accroissant leur proximité, non seulement en salle de cinéma, mais aussi dans l'intimité des demeures. D'ici peu, on pourra importer chez soi, par réseau, l'intégral d'un film avec une durée de téléchargement acceptable. On pourra aussi traiter les images et le son avec des logiciels populaires qui concurrencent de plus en plus, sur le plan des performances, les coûteuses stations professionnelles.

Pour le téléspectateur nord-américain, la qualité des images qu'il reçoit à domicile – 525 lignes de résolution dans un format d'écran d'un rapport 4/3 – constitue une référence à laquelle il s'est habitué, faute de mieux. Pour l'instant, seule la salle de cinéma offre une qualité supérieure. Cependant, la réception d'images et de sons provenant d'une diffusion numérique et surtout l'adoption d'un standard de haute définition pour la télédiffusion – 1 125 lignes de résolution, dans un rapport 16/9 qui se rapproche du format long métrage en salle – deviendront rapidement le nouveau repère de qualité.

Atteindre la qualité permise par les technologies numériques et la haute définition n'est pas un objectif facultatif. Il s'agit d'un nouveau cadre de référence qui amorce une importante exploration technique et deviendra un tremplin pour l'innovation.

Des contenus numériques qui font émerger de nouveaux langages



Plusieurs créateurs se laissent séduire par l'idée de produire avec des caméras numériques, selon de nouvelles approches qui font éclater les genres. Les formules hybrides où s'entrelacent les images de synthèse et les images de sources plus traditionnelles et où se croisent une diversité de formes et de supports ne sont déjà plus l'exception.

Cette réalité apparaît sous les vocables « art technologique », « art électronique », « multimédia », « nouveaux médias », « webart », « cyberart ». Elle émerge le plus souvent d'artistes indépendants et d'organismes professionnels rompus aux exigences de l'expérimentation. Traversant le champ de nombreuses disciplines artistiques, leurs projets novateurs ont en commun l'ordinateur comme assise technique et pour point de convergence une culture nouvelle que l'on qualifie de numérique.

Le renouvellement des équipements : une période de transition et d'adaptation

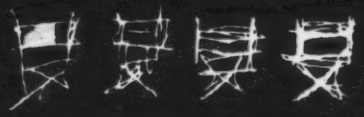
Le support traditionnel du film, bande vidéo analogique et pellicule de 35 mm, est, dans certains cas, remplacé par un support numérique, standard ou de haute définition. Ce changement s'accompagne d'une miniaturisation et d'une baisse continue du coût du matériel, deux facteurs qui devraient favoriser la démocratisation de la production. Cela permet d'anticiper que de plus en plus de projets originaux et de grande qualité pourront se réaliser, qui favoriseront l'autonomie du créateur et, puisque ce sont d'abord les jeunes qui s'approprient les nouvelles technologies, l'émergence d'une relève.

La production numérique entraîne inévitablement de nouveaux déboursés pour le renouvellement des équipements, d'autant plus élevés que les équipements numériques deviennent très vite obsolètes. Déjà, les instruments de montage ont été changés presque partout. À court terme, tout le processus du tournage, du montage et de la diffusion sera touché, dans un premier temps pour tout ce qui a trait à la télévision numérique et au DVD. On observe déjà que le prix des équipements est à la baisse.

La généralisation des procédés numériques touchera aussi la diffusion. Les salles de cinéma, par exemple, que certains voient déjà alimentées par des signaux relayés par satellite à partir du siège social des grands réseaux d'exploitants ou – pourquoi pas? – directement des studios de production, ne sont pas, sauf exception, équipées pour présenter des films tournés en numérique. Pour l'instant, les quelques films tournés sur support numérique qui circulent dans les salles commerciales ne sont diffusés que si des copies 35 mm en sont tirées.

À la maison, la vidéocassette est probablement déjà en fin de carrière et sera remplacée, à court terme, par le DVD. En témoigne le fait que la Régie du cinéma a délivré, pour les seuls mois de janvier et février 2002, quelque 2,5 millions d'attestations dont plus de la moitié étaient destinées à des produits DVD; les prochains mois verront sans doute l'accélération du phénomène et l'amorce d'un retrait progressif de la vidéocassette. Par contre, on peut aussi questionner l'avenir du support DVD, compte tenu de la possibilité, qui sera bientôt offerte aux internautes, de visionner les images de leur choix sur l'écran de leur ordinateur ou sur celui de leur téléviseur grâce à la haute vitesse.

De leur côté, les télédiffuseurs canadiens font face à la perspective de devoir numériser leurs réseaux d'antennes pour supporter la télédiffusion hertzienne à haute définition (HDTV). Aux États-Unis, la Federal Communications Commission (FCC) a imposé aux télédiffuseurs américains la date butoir de 2007 pour achever le passage à la diffusion numérique. Il est toujours possible que cette échéance soit reportée, mais le processus est déjà largement engagé, si bien que tous les grands diffuseurs produisent et diffusent déjà une partie de leur programmation en haute définition. Le Canada devrait emboîter le pas: en juin 2001, le CRTC lançait un processus de consultation dans le but de définir une politique, et éventuellement une réglementation, qui assurerait un passage harmonieux à la télédiffusion hertzienne numérique à haute définition.



4 LES LEVIERS DE L'ÉTAT QUÉBÉCOIS

L'État québécois détient des leviers par lesquels il soutient l'industrie du cinéma et de la production audiovisuelle :

- l'aide sélective de la SODEC, sous forme d'investissements, de subventions ou d'aides remboursables attribués aux projets présentés par les professionnels et les entreprises des secteurs privé et indépendant, qui a atteint 19,7 M$ en 2001-2002;

- l'aide sélective du CALQ, sous forme de bourses et de subventions aux artistes et aux organismes à but non lucratif en arts médiatiques, pour un montant de 2,4 M$ en 2001-2002;

- les mesures fiscales, soit le crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise, le crédit d'impôt pour les services de production cinématographique et télévisuelle et le crédit d'impôt pour le doublage de films. En 2001-2002, ces trois mesures ont représenté 96,4 M$;

- Télé-Québec, pour sa part, a injecté, en 2000-2001, 21,4 M$ dans le secteur indépendant de la production;

- enfin, les outils d'intervention financière que sont la banque d'affaires de la SODEC, dont le portefeuille en cinéma et en production télévisuelle était de 17,8 M$ au 31 mars 2002, le Fonds d'investissement de la culture et des communications (FICC) et la Financière des entreprises culturelles (FIDEC).

5 L'OBJET ET LES PRINCIPES GÉNÉRAUX DE LA POLITIQUE

L'objet

La politique du cinéma et de la production audiovisuelle portera sur le cinéma dans toutes ses dimensions, depuis la création jusqu'à la diffusion sur différents supports et la conservation. Toutefois, étant donné les liens de plus en plus étroits entre le milieu de la production cinématographique et celui de la production télévisuelle, notamment par l'existence d'un crédit d'impôt remboursable (CIR) commun, l'actualisation de la politique devra tenir compte de la production télévisuelle, tout comme elle devra aussi prendre en considération les nouveaux médias. Par contre, il a été convenu d'exclure les autres problématiques du domaine de la télévision, notamment celle de la diffusion et des règles qui la régissent.

Les principes généraux

Une politique centrée sur la promotion de l'identité culturelle québécoise

Le cinéma et l'audiovisuel représentent une richesse collective parce qu'ils sont au service de l'expression de la culture nationale et qu'ils stimulent les échanges au sein de cette culture. La valorisation de l'identité culturelle québécoise constituera donc l'un des pivots fondamentaux de cet énoncé, en faisant de la langue française, de la conservation du patrimoine cinématographique et audiovisuel et de la diversité culturelle ses incontournables priorités.

Une politique qui défend l'importance de la création

La création est au cœur de toute politique culturelle et artistique. Les conditions matérielles et techniques favorables à l'expression du talent des artistes du secteur constitueront donc une assise majeure de la politique du cinéma et de la production audiovisuelle.

La politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle voudra encourager l'innovation, la convergence des pratiques artistiques, l'émergence de prototypes qui allient esprit inventif et talent et qui, de plus en plus, sont adaptés aux exigences des nouveaux réseaux de l'information. Elle verra également à offrir aux créateurs les moyens d'exercer leur talent à toutes les étapes de leur carrière.

Une politique qui place le public au cœur de ses préoccupations

À l'instar d'autres politiques culturelles sectorielles adoptées récemment au Québec – dans la diffusion des arts de la scène en 1996, la lecture et le livre en 1998 ou les musées en 2000 –, la politique du cinéma et de la production audiovisuelle fera une part généreuse à la démocratisation de la culture en privilégiant les voies susceptibles d'améliorer l'accès de la population québécoise à une offre variée et de qualité. Elle voudra aussi mieux faire connaître l'art, les langages et les œuvres cinématographiques et audiovisuels.

Une politique qui encourage la consolidation et le rayonnement de l'industrie

Le cinéma et la production télévisuelle sont aussi des industries. Or, la création sera d'autant mieux servie qu'elle s'appuiera sur des entreprises saines et viables. Deux objectifs de la Loi sur le cinéma de 1983 visaient l'implantation et le développement de l'infrastructure artistique industrielle et commerciale du cinéma et, aussi, d'entreprises québécoises indépendantes et financièrement autonomes. Une politique renouvelée du cinéma et de la production audiovisuelle devra désormais aussi favoriser la consolidation et le rayonnement des entreprises.

PRIORITÉ 1

LE SOUTIEN À LA CRÉATION, À LA PRODUCTION ET AU RAYONNEMENT DES ŒUVRES

OBJECTIF 1 • *Favoriser la qualité des productions cinématographiques et audiovisuelles en misant davantage sur la scénarisation, la recherche et la création*

- Une analyse des coûts de production des longs métrages de fiction québécois indique que la part consacrée aux dépenses de recherche, d'écriture et de développement est d'environ 3 à 4 %. Le rapport du groupe Gassot, qui s'est penché sur la question de l'écriture et du développement des longs métrages en France, révèle que l'industrie cinématographique n'attribuait que 2,2 % des coûts de production aux dépenses de recherche, alors qu'aux États-Unis cette part atteignait 12 %.

- La SODEC, qui dispose d'une enveloppe annuelle de 1,2 M$ pour l'aide à la scénarisation, reçoit chaque année un nombre accru de demandes. En 2000-2001, elle a pu appuyer 126 projets sur 202 demandes (soit 62 %); quatre ans plus tôt, c'était 108 sur 149 (soit 72 %).

- Le CALQ, pour sa part, a augmenté le nombre des bourses en arts médiatiques de 74 à 115 entre 1998-1999 et 2000-2001. Cette dernière année, il n'a pu accueillir positivement que 30 % des 380 demandes.

- De son côté, l'APFTQ indique que 85 % des dépenses de développement des longs métrages québécois de langue française vont aux créateurs, soit en acquisition de droits (7,5 %), soit en cachets versés aux scénaristes (77 %) (publication interne de l'APFTQ, juin 2000).

QUESTIONS

- *À l'étape du développement et de la scénarisation, les programmes d'aide publique devraient-ils appuyer en priorité les créateurs ou les entreprises?*

- *Quels seraient les moyens appropriés pour favoriser la scénarisation et le développement de projets cinématographiques et audiovisuels ainsi que la recherche et la création en arts médiatiques?*

PRIORITÉ 1

OBJECTIF 2 • *Faciliter la production de longs métrages en langue française*

- De 1991-1992 à 1999-2000, en neuf ans, 230 longs métrages québécois de fiction destinés aux salles de cinéma ont bénéficié du crédit d'impôt québécois, soit 26 par année en moyenne.

- De ces 230 longs métrages québécois, 127, soit 55 %, ont été tournés en version originale française, soit une moyenne de 14 par année.

- Les budgets totaux des 230 longs métrages québécois recensés s'établissaient à 973 M$, dont 589 M$ (61 %) pour les longs métrages en version originale anglaise et 370 M$ (38 %) pour les longs métrages en version originale française.

- Pour l'année 2000-2001, près de 20 M$ en crédits d'impôt ont été accordés au long métrage, alors que 70 M$ sont allés à la production télévisuelle.

- Les longs métrages de langue française peuvent bénéficier d'une bonification du crédit d'impôt depuis le budget 1997-1998. Leur nombre est passé d'une moyenne annuelle de 11 entre 1995 et 1997 à une moyenne annuelle de 18 entre 1998 et 2000.

- De 1995 à 1999, il s'est produit annuellement au Québec en moyenne 4 longs métrages par million d'habitants. Au Danemark furent réalisés au cours de la même période 4,2 longs métrages par million d'habitants, en Suède 3, en France 2,7 et en Italie 1,5.

- Certains cinéastes québécois de langue française choisissent de tourner en anglais en invoquant le fait que ce choix leur permet de disposer de budgets plus importants, leur offrant ainsi plus de latitude pour développer leurs projets.

- Depuis dix ans, le budget moyen des longs métrages québécois de langue française est resté stable à un peu plus de 2 M$, alors que, par exemple, les budgets moyens des films français, italiens, britanniques et australiens ont crû respectivement de 18 %, 34 %, 35 % et 40 %.

- Au cours de la même période de dix ans, la durée moyenne des tournages de longs métrages de fiction est passée de 37 à 30 jours.

- Une analyse de l'ensemble des longs métrages québécois financés avec l'aide du crédit d'impôt remboursable en 1999-2000 indique que pour les longs métrages de langue anglaise, 28 % des coûts de production étaient couverts par des avances des distributeurs étrangers ou par des préventes à des télévisions étrangères, alors que pour les longs métrages de langue française, cette part n'était que de 7 %.

- Entre 1997 et 2000, la SODEC a participé au financement de 70 longs métrages de fiction ou documentaires, dont 22 étaient des premières œuvres.

- Entre 1992-1994 et 1998-2000, alors que le budget moyen des longs métrages québécois de langue française stagnait, celui des coproductions de langue française, avec participation québécoise, passait de 3,2 M$ à 7,6 M$.

- La coproduction permet, en outre, de faire connaître nos artistes sur la scène internationale, leur offrant ainsi des possibilités accrues de développement de carrière.

QUESTIONS

- *Quelle devrait être la priorité à l'égard de la production de longs métrages : l'accroissement du nombre de films produits annuellement ou l'augmentation de la hauteur des devis des films en langue française?*

- *Devrait-on, selon l'orientation retenue par le gouvernement fédéral, favoriser les projets qui ont le potentiel de connaître le succès commercial?*

- *Qui sont nos meilleurs alliés pour la coproduction? Devrait-on développer un marché en Amérique?*

- *La part des ressources consacrées aux premières œuvres est-elle équitable?*

- *Comment les diffuseurs pourraient-ils mieux appuyer la cinématographie nationale?*

PRIORITÉ 1

OBJECTIF 3 • *Cibler l'intervention du Québec pour favoriser des créneaux stratégiques de la production*

- Parmi l'ensemble de la production cinématographique francophone, certains genres trouvent plus difficilement que d'autres le financement requis: le documentaire d'auteur, la série documentaire de prestige, le cinéma d'animation d'auteur et le court métrage.

- Le Québec jouit d'une tradition et d'une expertise bien établies, notamment en matière de documentaire d'auteur.

- Le documentaire d'auteur est un genre dont le coût est élevé par rapport à celui du reportage.

- Chaque année, Télé-Québec investit dans la production de 30 à 35 nouveaux documentaires d'auteur. Alors qu'avant 1996 la part d'un télédiffuseur dans le devis de production était de 15 %, elle se situe maintenant à 35 %, à la suite des nouvelles règles mises en place par le Fonds canadien de télévision.

- Le court métrage, format idéal pour l'expérimentation, circule peu à l'extérieur des festivals et de quelques créneaux spécialisés à la télévision publique.

QUESTIONS

- *Comment favoriser la production de ces genres que sont le documentaire d'auteur, la série documentaire de prestige, le cinéma d'animation d'auteur et le court métrage?*

- *Comment favoriser l'implication des diffuseurs à l'égard de ces genres?*

- *Devrait-on encourager la présentation de courts métrages en première partie des projections principales en salle?*

- *Comment assurer le rôle moteur de Télé-Québec dans le documentaire d'auteur et le court métrage?*

PRIORITÉ 1

OBJECTIF 4 • *Donner un nouveau souffle à la production régionale*

- La production québécoise se fait surtout à Montréal: depuis le début des années 1990, moins de 10 % de la production cinématographique et audiovisuelle admissible au crédit d'impôt remboursable émane de l'extérieur de la région montréalaise.
- L'essentiel des infrastructures techniques, des clients (producteurs, diffuseurs, distributeurs) et des institutions du secteur est concentré à Montréal. Ce phénomène de concentration est d'ailleurs une constante partout dans le monde: mentionnons par exemple, l'Ontario (Toronto), la Colombie-Britannique (Vancouver) et les États-Unis (Hollywood).
- Les réseaux de télévision généralistes disposent d'antennes régionales et leur production non montréalaise a essentiellement trait aux bulletins de nouvelles et aux émissions d'affaires publiques d'intérêt local, s'il y a lieu. Télé-Québec, pour sa part, a développé un modèle distinct de présence sur le territoire et de contribution régionale à une programmation nationale.
- Afin d'encourager la production de films et d'émissions de télévision qui reflètent mieux les multiples réalités régionales du Québec, et aussi d'aider les producteurs établis à l'extérieur de la région de Montréal à intéresser les diffuseurs locaux et nationaux à leurs projets, le crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle a été bonifié à l'égard des productions régionales.
- Depuis la mise en place de la bonification régionale, sur une période de deux ans, le niveau de production a été supérieur (27,8 M$ de 1999 à 2001) à celui de l'ensemble des années antérieures (26,3 M$ de 1991 à 1999).
- Disposant d'infrastructures de création et de diffusion, les centres d'artistes des arts médiatiques sont à même de jouer un rôle en faveur d'activités cinématographiques et audiovisuelles à travers le Québec.

QUESTIONS

- *Est-ce réaliste d'imaginer qu'il y ait davantage de producteurs en région et, auquel cas, que devrait-on faire pour favoriser leur émergence?*
- *Quels autres moyens pourraient être mis en place pour favoriser les tournages hors Montréal?*

PRIORITÉ 1

OBJECTIF 5 • *Accroître la promotion, le rayonnement et l'exportation des œuvres québécoises*

- Jusqu'à maintenant, la majeure partie des ressources au Québec dans le domaine du cinéma a été consacrée à la production.

- La SODEC consacre actuellement 1,3 M$ à son programme d'aide à l'exportation, 0,6 M$ en soutien à la distribution et 0,5 M$ en soutien à la promotion au Québec.

- À l'étranger, malgré les nombreuses reconnaissances qu'ils reçoivent dans les festivals, le marché des longs métrages québécois est surtout celui de la télévision et des différents supports vidéo.

- Quant aux produits télévisuels québécois, ils trouvent leur principal marché d'exportation parmi les chaînes spécialisées étrangères, dont le coût des licences payées est faible.

- Horizon Québec indique néanmoins des ventes cumulatives de 52 M$ sur les grands marchés internationaux au cours des trois dernières années.

- L'animation et le documentaire ainsi que la vente de scénarios et de concepts constituent l'essentiel des exportations québécoises de produits audiovisuels.

QUESTIONS

- *Quelles mesures additionnelles devrait-on mettre en place pour soutenir le rayonnement et l'exportation des œuvres québécoises?*

- *Quelles stratégies devraient être développées pour favoriser la synergie entre la promotion, le rayonnement et l'exportation?*

PRIORITÉ 2

LA DÉMOCRATISATION DE L'ACCÈS AUX ŒUVRES

OBJECTIF 6 • *Développer l'éducation et la sensibilisation des publics*

- En 1999, 72 % des Québécois ont fréquenté les salles de cinéma au moins une fois au cours de l'année, alors qu'en 1994 cette proportion n'était que de 59 %.

- Les 15-24 ans représentent le public le plus assidu, autant au cinéma que pour les films à la télévision et la location de vidéocassettes et de DVD. En général, ils ne fréquentent qu'un seul type de cinéma, taillé sur mesure pour les attirer.

- Il existe déjà un certain nombre d'initiatives en vue de développer l'éducation cinématographique, tel L'ŒIL cinéma (Outil pour l'éducation à l'image et aux langages cinématographiques). Coordonné par l'Association des cinémas parallèles du Québec, ce projet vise à aider les jeunes du secondaire à développer leur sens critique et leur capacité d'analyse du langage cinématographique.

- Il existe des lacunes dans la disponibilité d'un corpus de films et de matériel pédagogique d'accompagnement.

QUESTIONS

- *Quels seraient les meilleurs outils pour développer les auditoires de demain?*

- *Comment familiariser davantage le personnel enseignant avec l'éducation cinématographique et accroître la contribution du milieu cinématographique à des activités d'éducation auprès des jeunes?*

- *Serait-il pertinent de développer un site Internet consacré à l'éducation cinématographique et de créer pour les écoles un catalogue d'œuvres cinématographiques québécoises qui serait aussi disponible dans Internet?*

PRIORITÉ 2

OBJECTIF 7 • *Favoriser l'accès du public québécois à un cinéma et à des émissions de télévision diversifiés*

- En 1999, 85 % des recettes de guichet au Québec provenaient de films américains. La même année, cette part a été de 80 % en Grande-Bretagne, 79 % en Allemagne, 64 % en Espagne, 54 % en France et 53 % en Italie.

- Il existe au Québec quelques cinémas de répertoire ainsi qu'un réseau de dix-sept salles parallèles.

- Plus de la moitié du parc de salles est de propriété québécoise.

- Les festivals, et spécialement ceux qui se tiennent en région, jouent un rôle essentiel pour favoriser la diversité de l'offre et aussi le développement de la culture cinématographique. La SODEC leur consacre une enveloppe annuelle de 1 M$.

- Tandis qu'en l'an 2000 l'ensemble des télévisions québécoises programmait 62 % de longs métrages américains, à Télé-Québec la proportion de films autres qu'américains était de 70 % et incluait 8 % de films québécois et canadiens, 40 % de films français et britanniques et 22 % de films en provenance d'autres pays. Cet exemple témoigne de l'intérêt du public, car la part de marché de Télé-Québec a atteint 7,8 et même 10 % lors de la présentation de films québécois.

QUESTIONS

- *Faut-il instaurer un programme incitatif pour la diffusion des films québécois et des cinématographies étrangères peu diffusées en salle au Québec?*

- *Quels objectifs devraient guider le soutien financier aux festivals?*

- *Devrait-on accroître le rôle des télédiffuseurs dans la promotion et la diffusion du cinéma québécois et des cinématographies étrangères peu diffusées?*

PRIORITÉ 2

OBJECTIF 8 • *Transmettre le patrimoine cinématographique et audiovisuel québécois aux générations futures*

- La Cinémathèque québécoise compte une importante collection de films (41 000) et d'émissions de télévision (25 000).

- En vertu de la Loi sur le cinéma, elle peut exiger le dépôt légal d'un film à condition d'en assumer le coût. Dans les faits, ses ressources ne lui permettent pas d'intervenir depuis plusieurs années et elle doit s'en remettre au dépôt volontaire pour enrichir ses collections. Des lacunes sont donc apparues.

- La politique canadienne du long métrage exige le dépôt d'une copie de tous les films dans lesquels Téléfilm Canada a investi.

- Le Conseil des ministres du Conseil de l'Europe a adopté, le 19 septembre 2001, la Convention européenne relative à la protection du patrimoine audiovisuel qui instaure un dépôt légal s'appliquant aux images en mouvement.

- La production télévisuelle québécoise s'est beaucoup accrue ces dernières années. Peu de producteurs indépendants ont adopté des mesures visant à assurer la conservation des œuvres.

- Les Archives nationales du Québec conservent les archives audiovisuelles du gouvernement et des organismes publics, dont celles de la télévision publique québécoise.

- La numérisation offre de nouvelles possibilités pour assurer la constitution et la diffusion des archives audiovisuelles.

QUESTIONS

Serait-il pertinent :

- *d'instaurer un dépôt légal pour la production filmique et audiovisuelle et, auquel cas, quels en seraient les avantages et les inconvénients?*

- *d'établir un plan d'action au sein des institutions publiques pour développer la numérisation et l'accès aux archives audiovisuelles? Quelles devraient en être les premières étapes?*

LA CONSOLIDATION DE L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE

OBJECTIF 9 • *Améliorer la formation des travailleurs de l'industrie*

- Des universités québécoises offrent une formation théorique ou pratique en cinéma.
- L'Institut national de l'image et du son (INIS) offre des formations avancées en cinéma et télévision (scénarisation, réalisation et production) et, depuis peu, en nouveaux médias (développement de contenus).
- Il existe au collégial quatre programmes de formation technique (Art et technologie des médias; Électronique option audiovisuelle; Graphisme; Techniques d'intégration multimédia) préparant à l'exercice de professions en production et postproduction cinématographique et audiovisuelle ainsi qu'en multimédia, sans compter les nombreuses attestations d'études collégiales (AEC).
- Enfin, au niveau secondaire, on délivre une attestation de formation professionnelle (AFP) qui offre théoriquement la possibilité de cheminer dans des carrières telles que cadreur, monteur ou preneur de son.
- Le milieu relève des lacunes: la formation requise pour quelques professions ne serait pas offerte au Québec, et certains remettent en question le niveau de qualification.
- Peu d'entreprises du milieu du cinéma et de la production audiovisuelle sont assujetties à la Loi favorisant le développement de la formation de la main-d'œuvre, laquelle oblige les entreprises dont la masse salariale est supérieure à 250 000 $ à consacrer 1 % de celle-ci à la formation de leurs travailleurs.
- La plupart de celles qui sont assujetties à cette loi choisissent de verser une contribution au Fonds national de la formation de la main-d'œuvre (FNFMO).
- Le milieu se prive de ressources importantes qui pourraient être affectées au perfectionnement de la main-d'œuvre.

QUESTIONS

Serait-il pertinent :

- *d'établir un diagnostic sectoriel des besoins du marché du travail?*
- *de favoriser un meilleur accès à la formation continue pour les travailleurs du cinéma et de l'audiovisuel par la mise en place d'un organisme collecteur agréé par l'ensemble du milieu?*
- *de convenir de seuils minimaux de compétence pour l'exercice de certaines professions?*

PRIORITÉ 3

OBJECTIF 10 • *Encourager l'utilisation des nouvelles technologies de production*

- Les nouvelles technologies numériques sont en voie de transformer tous les aspects de l'univers du cinéma et de l'audiovisuel.

- De nouveaux besoins devront être satisfaits: d'une part, la production de contenus en cinéma et en télévision, selon les nouveaux standards de diffusion et, d'autre part, la production de contenus numériques interactifs et multimédias en ligne et hors ligne.

- Ces nouvelles technologies entraînent des transformations profondes des modes de production.

- De plus en plus, les produits qui s'adressent aux jeunes sont des produits intégrés où émissions de télévision, sites Web interactifs, CD-ROM, DVD ou produits dérivés sollicitent leur attention. À ce chapitre, la production québécoise affiche un retard important.

- Au CALQ, entre 1999 et 2001, les demandes de bourses pour des projets intégrant les nouvelles technologies ont crû de 26 %.

- De nombreuses créations audiovisuelles, issues notamment des artistes en arts mediatiques, ont de la difficulté à accéder aux canaux traditionnels de la diffusion que sont la télévision et les salles de cinéma.

QUESTIONS

- *Comment stimuler la création et la production de contenus haute définition?*

- *Comment stimuler le développement et la production de contenus intégrant audiovisuel et nouveaux médias, notamment à l'intention des jeunes?*

- *Une veille stratégique devrait-elle être mise en place pour évaluer les effets de ces transformations?*

PRIORITÉ 3

OBJECTIF 11 • *Favoriser le développement économique et la structuration de l'industrie*

Depuis la mise en place du crédit d'impôt remboursable à la production cinématographique et télévisuelle, la valeur totale de la production est passée de 182,5 M$ en 1991-1992 à 834,4 M$ en 1999-2000, soit un taux de croissance annuel moyen de 20,9 %. Un tel volume d'activité se répercute sur l'ensemble de la chaîne de production :

- En plus de quelque 50 fournisseurs d'équipements de tournage, de 2 000 techniciens spécialisés et d'environ 240 entreprises offrant un ou plusieurs services de postproduction, les services techniques offerts au Québec incluent les locateurs de studios de prises de vue : plus de 25 entreprises différentes possèdent aujourd'hui 65 plateaux de tournage.

En plus de la production nationale destinée à nos écrans, petits ou grands, trois marchés distincts peuvent alimenter l'industrie, contribuer à son développement et à celui de l'économie du Québec, soit :

Les productions étrangères dont le tournage s'effectue au Québec

- La performance québécoise en matière de tournage de productions étrangères se situe à 50 % de celle de l'Ontario et à 33 % de celle de la Colombie-Britannique, deux centres de production de taille comparable. Ainsi, le Québec n'a jamais réussi à atteindre le seuil de 20 % du volume total de productions étrangères réalisées au Canada.

- Ces deux provinces se sont dotées d'outils de promotion efficaces à l'étranger et de mesures fiscales plus agressives que les nôtres dans certains cas, en particulier pour le tournage en région.

- Plusieurs intervenants québécois consacrent des efforts à la promotion du Québec et à l'accueil des producteurs étrangers, notamment le Bureau d'accueil des producteurs étrangers (BAPE) de la SODEC, les bureaux du film et de la télévision de Montréal, de Québec, de l'Estrie et d'Argenteuil-Laurentides, ou encore des organisations tels Québec AnimFX ou les syndicats (STCVQ).

Les productions destinées principalement aux marchés étrangers

- On observe depuis 1997-1998 un déclin du volume de production des œuvres de fiction destinées aux marchés étrangers.

- Quatre sociétés, dont le volume de production était supérieur à 300 M$ entre 1999-2000 et 2001-2002, ont cessé leurs activités dans ce domaine.

- Les séries d'animation, coûteuses à produire, sont un excellent produit d'exportation et une source d'importation de capitaux étrangers par l'apport de coproducteurs.

- En dix ans, de 1991-1992 à 2000-2001, les séries, miniséries ou œuvres uniques d'animation ont représenté une valeur globale de production de 670 M$. Toutefois, la production annuelle a chuté récemment de 40 % par rapport à la moyenne de ces dix années, ne représentant plus que 40 M$ en 2000-2001.

La production de cinéma en format géant

- La technologie du cinéma en format géant est née au Canada. Depuis trois ans, environ 20 % de tous les films en format géant produits dans le monde proviennent du Québec. En 2000, les recettes des producteurs québécois ont atteint 14,4 M$, dont 13,7 millions provenaient de l'extérieur du Québec.

- Le coût horaire du film de format géant est quatre fois plus élevé que celui des films conventionnels. Le risque financier est donc majeur.

- Le Québec dispose des ressources qualifiées pour ce genre de production qui comporte un potentiel de croissance important.

QUESTIONS

- *Devant la multitude d'intervenants engagés dans la promotion du Québec et l'accueil des producteurs étrangers, comment mieux favoriser la synergie des actions?*

- *Serait-il pertinent de modifier les règles fiscales pour encourager plus spécifiquement le tournage de productions étrangères en région?*

- *Serait-il pertinent de modifier les règles fiscales pour encourager plus spécifiquement la production de films à grand déploiement destinés aux marchés étrangers?*

- *Serait-il pertinent de modifier les règles fiscales pour encourager plus spécifiquement la production de films ou séries d'animation?*

- *Compte tenu des risques financiers inhérents à ce type de production, devrait-on prévoir une aide particulière pour le format géant?*

OBJECTIF 12 • *Moderniser le cadre des interventions gouvernementales*

- Depuis son adoption en 1983, la Loi sur le cinéma a été amendée à six reprises. Dans sa configuration actuelle, elle porte principalement sur la constitution, le fonctionnement et les mandats exercés par la Régie du cinéma.

- Les outils dont dispose le gouvernement du Québec pour intervenir dans le domaine du cinéma et de la production audiovisuelle reposent sur d'autres textes législatifs : Loi sur la SODEC, Loi sur le CALQ, Loi sur l'impôt, Loi sur la Société de télédiffusion du Québec.

- D'autres dispositions de la Loi sur le cinéma portent sur la Cinémathèque et le dépôt légal, sur les ententes avec une association de distributeurs et sur la disponibilité de copies de films en français.

- Le classement des films et la communication des informations à ce sujet demeurent au cœur du mandat de la Régie du cinéma.

- Les jeux vidéo ont beaucoup évolué ces dernières années. Leurs scénarios présentent des niveaux de complexité étonnants et leurs images montrent une qualité et un fini saisissants.

- Des parents consultés par la Régie du cinéma se sont déclarés en faveur du classement des jeux vidéo par un organisme gouvernemental.

QUESTIONS

- *À quels chantiers devrait-on donner la priorité dans l'optique de moderniser le cadre des interventions gouvernementales?*

- *Serait-il pertinent de classer et/ou de réglementer les jeux vidéo et, auquel cas, quels en seraient les avantages et les inconvénients?*

OBJECTIF 13 • *Assurer la connaissance et le suivi de l'évolution du secteur du cinéma et de la production audiovisuelle*

- Le Québec dispose, grâce à l'Observatoire de la culture et des communications et à ses collaborateurs, d'un instrument statistique très complet sur l'évolution du cinéma au grand écran : offre, fréquentation et résultats de la distribution et de l'exploitation des films.

- L'Observatoire ne dispose pas de données aussi complètes sur la diffusion des films sur support domestique ainsi que sur les résultats de leur diffusion à la télévision.

- L'Observatoire diffuse également les résultats de l'enquête quinquennale du ministère de la Culture et des Communications sur les pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises de 15 ans et plus.

- Des lacunes existent donc dans les statistiques sur la consommation privée de films, sur les comportements culturels des jeunes de moins de 15 ans ainsi qu'en matière de données à caractère économique sur les entreprises et l'emploi.

QUESTION

- *Serait-il pertinent d'élargir le champ d'étude de l'Observatoire de la culture et des communications à d'autres volets de la problématique du cinéma et de la production audiovisuelle ?*